

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR
CAMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

LEILA MANFARDINI RAMOS

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: UM ESTUDO
EXPLORATÓRIO NA EMPRESA ÁGUA MINERAL LIND'ÁGUA**

**Trabalho de Conclusão de Curso
ARTIGO**

Cacoal - RO
2014

LEILA MANFARDINI RAMOS

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: UM ESTUDO
EXPLORATÓRIO NA EMPRESA ÁGUA MINERAL LIND'ÁGUA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal de Rondônia – UNIR –
Campus Professor Francisco Gonçalves
Quiles, como requisito parcial para a obtenção
do título de bacharel em Ciências
Contábeis/Controladoria.

Orientadora: Prof.^a. Ms. Andréia Duarte
Aleixo.

Cacoal – RO
2014

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR
CAMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

TÍTULO: RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO
NA EMPRESA ÁGUA MINERAL LIND'ÁGUA

AUTORA: LEILA MANFARDINI RAMOS

O artigo- TCC - intitulado “Responsabilidade Socioambiental: um estudo exploratório na Empresa Água Mineral Lind'Água, elaborado pela acadêmica Leila Manfardini Ramos, foi avaliado, julgado e aprovado pela banca examinadora, formada por:

Profª. Ms. Andréia Duarte Aleixo
Universidade Federal de Rondônia

Profª. Ms. Ellen Cristina de Mattos
Universidade Federal de Rondônia

Prof.Ms. Rogério Simão
Universidade Federal de Rondônia

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NA EMPRESA ÁGUA MINERAL LIND'ÁGUA

¹Leila Manfardini Ramos

RESUMO

A responsabilidade socioambiental das empresas pode ser vista como a forma que se define a gestão, pela transparência e ética da organização para com todos e, pelo desenvolvimento sustentável compatível com suas metas, preservando o meio ambiente e a cultura para gerações vindouras, respeitando a diversidade e reduzindo as desigualdades sociais. Assim, o presente trabalho teve como objetivo analisar as práticas de Responsabilidade Socioambiental na empresa Água Mineral Lind'Água, como forma de contribuir para a Sustentabilidade. Trata-se de uma pesquisa com a abordagem qualitativa, tendo como procedimento adotado, o estudo de caso, com as técnicas de entrevistas e visitas *in loco*, classificadas como exploratória e descritiva. A pesquisa foi realizada na empresa Água Mineral Lind'Água, localizada no município de Pimenta-Bueno/RO, a coleta de dados ocorreu nos meses de maio e junho de 2014, por meio de entrevistas com os gestores da empresa. Os resultados apontaram que a empresa Água Mineral Lind'Água, está desenvolvendo práticas de responsabilidade socioambiental e, que as mesmas estão inseridas em sua gestão estratégica. A empresa possui práticas que visam a redução e economia do consumo da água e energia, sendo relevantes, principalmente quando se leva em consideração a escassez dos recursos naturais. A empresa é considerada uma das maiores geradoras de empregos diretos e indiretos, contribuindo de forma significativa para economia e desenvolvimento do município de Pimenta-Bueno/RO. Conclui-se que a pesquisa atendeu ao objetivo proposto, sendo possível contextualizar o ambiente de atuação da empresa Água Mineral Lind'Água, identificando suas práticas de responsabilidade socioambiental implementadas e as dificuldades existentes na implementação de tais práticas.

Palavras chave: Meio ambiente. Responsabilidade Socioambiental. Sustentabilidade.

1 INTRODUÇÃO

No meio empresarial, muito tem se discutido sobre o tema da responsabilidade socioambiental. Entretanto, este assunto não é tão recente, já vem sendo discutido desde a revolução industrial. No entanto, nesse período o conceito de responsabilidade socioambiental era muito simplificado, visto que a responsabilidade social da empresa se resumia em geração de lucros e empregos. As questões ambientais e sociais não eram largamente discutidas e nem relevadas. Somente a partir da década de 80, houve uma maior ampliação sobre essa temática.

Nas décadas de 70 até 80 as empresas pensavam que os recursos naturais não iriam acabar, com o consumo exagerado e sem distinção, acreditando que a natureza era infinita e não se limitava. Mas, com o passar dos anos, visto o aumento da degradação ambiental, as péssimas condições de trabalho, entre outros problemas surgidos dessa situação de descaso, a

¹ Acadêmica concluinte 8º período do curso de Ciências Contábeis da Fundação Universidade Federal de Rondônia – Campus Professor Francisco Gonçalves Quiles. Orientadora professora Ms. Andréia Duarte Aleixo.

sociedade em geral começou a pressionar o governo e as empresas para apresentarem soluções para os problemas ambientais causados pela poluição e os problemas sociais.

Diante disso, a responsabilidade social e ambiental da empresa pode ser vista como a forma que se define a gestão, pela transparência e ética da organização para com todos, e pelo desenvolvimento sustentável compatível com suas metas, preservando o meio ambiente e a cultura para gerações vindouras, respeitando a diversidade e reduzindo as desigualdades sociais (ETHOS, 2006).

Zarpelon (2006) acrescenta ainda, que a responsabilidade social e empresarial é vista como a responsabilidade assumida diante da sociedade na utilização de fatores de agregação de benefícios para a gestão e para a sociedade, como a geração de empregos, o pagamento de salários dignos e a melhoria na qualidade de vida e de trabalho.

Entretanto, as empresas estão buscando inserir em seu meio, novas estratégias que atendam às suas necessidades, como empreendimento econômico, mas que ao mesmo tempo, alavanque a sustentabilidade econômica, social e ambiental das comunidades, considerando seus valores e necessidades. Para Nascimento; Lemos; Mello (2008), as estratégias socioambientais representam uma oportunidade para as empresas alcançarem a excelência e a diferenciação, pois por meio da concorrência as organizações buscam aperfeiçoamento de sua gestão e também atuação de forma positiva junto à sociedade em geral.

Diante do exposto, a questão que norteará o estudo proposto é a seguinte: Como as práticas de Responsabilidade Socioambiental da Empresa Água Mineral Lind'Água são incorporadas as estratégias de gestão organizacional visando contribuir para a Sustentabilidade?

Assim, a partir da problemática apresentada, o objetivo geral do presente estudo foi analisar as práticas de Responsabilidade Socioambiental na empresa Água Mineral Lind'Água, como forma de contribuir para a Sustentabilidade. E os objetivos específicos foram: a) Identificar como a empresa pesquisada se posiciona diante da questão da Responsabilidade Social; b) Verificar se as ações de Responsabilidade Social incorporadas pela empresa são utilizadas como estratégias de gestão organizacional visando contribuir para a Sustentabilidade; e c) Analisar os benefícios que as práticas de Responsabilidade Social da empresa estudada promovem para a comunidade.

Esta pesquisa se faz relevante, pois é direcionada para a construção científica e para ampliar a visão da comunidade acadêmica sobre a importância do estudo das práticas de Responsabilidade Socioambiental adotadas pelas empresas, principalmente as que visam

contribuir para a Sustentabilidade, promovendo a equidade social, a qualidade de vida de seus funcionários e também da sociedade em geral.

Este estudo viabiliza-se por se tratar de um tema da atualidade, pela disponibilidade de material bibliográfico e também por se tratar de uma empresa de grande porte do município de Pimenta Bueno/RO, que gera grande valor econômico e social para a população local e para a população circunvizinha.

Os resultados apontaram que a empresa Água Mineral Lind'Água, está desenvolvendo práticas de responsabilidade socioambiental e que as mesmas estão inseridas em sua gestão estratégica. A empresa é considerada uma das maiores geradoras de empregos diretos e indiretos, contribuindo de forma significativa para economia e desenvolvimento do município de Pimenta-Bueno/RO.

A pesquisa foi realizada na empresa Água Mineral Lind'Água, fábrica e comércio de produtos, tais como refrigerantes e água mineral, localizada no município de Pimenta-Bueno/RO.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

No referencial teórico serão apresentados os conceitos que serviram para embasar o desenvolvimento deste estudo, tais como: As Organizações, As Organizações e a Sustentabilidade, Estratégia para a Sustentabilidade, Tripé da Sustentabilidade e Responsabilidade Socioambiental.

2.1 AS ORGANIZAÇÕES

Poucas coisas no mundo são tão conhecidas e importantes como as organizações. Embora, desfrutem no cotidiano de todos os produtos e serviços que as organizações fornecem, raramente as pessoas se preocupam em saber como esses produtos ou serviços são produzidos (JONES, 2010). No entanto, as organizações são complexas e afetam fortemente a existência humana, desde o seu nascimento, crescimento, desenvolvimento, educação, trabalho, relacionamento social, saúde e até mesmo a morte (SILVA, 2008).

As organizações tiveram seu primórdio em tempos remotos, com início em 3.500 A.C., com construções de grandes templos e pirâmides que foram construídos por pessoas que se organizavam para tanto (MCSHINE, 2011). “As organizações são entidades dinâmicas e altamente complexas, que podem ser conceituadas de diversas maneiras, como uma ou duas

peessoas com o desejo e disposição de cooperar para o alcance de um objetivo comum”. (SILVA, 2008, p.40).

Bergamini e Beraldo (1988, p. 31) acrescentam que “a organização pode ser entendida como uma realidade social integrada por diferentes pessoas, que se comportam realizando atividades, isto é, trabalham no sentido de produzir um resultado final comum, ou seja, atingir os objetivos do empreendimento”.

Já para (MCSHINE, 2011), as organizações existem desde que as pessoas trabalhem unidas. Assim, as organizações nada mais são que um aglomerado de pessoas que trabalham com interdependência em prol de um mesmo propósito. As organizações têm duas características fundamentais que são: a) são formadas por pessoas que podem ser funcionários ou não e, elas interatuam entre si de forma organizada e exige um mínimo de colaboração, comunicação e coordenação para que sejam alcançados seus objetivos; e b) os indivíduos dividem um raciocínio coletivo, único, com o mesmo propósito.

Tachizawa (2011) ressalta que a organização deve ser vista como um conjunto de partes em constante comunicação, formando um todo que caminha para determinados fins, ficando sempre em interação com o ambiente externo. Essa visão da organização permite que se veja o ponto de partida para uma empresa competitiva, em que os clientes buscam fornecedores atentos com nova ordem mundial de produtos sustentáveis e onde os concorrentes são igualmente focados na sustentabilidade.

Magalhães *et al.* (2005) relatam que nas apreciações organizacionais, a importância da sustentabilidade sempre esteve muito restrita ao aspecto econômico, principalmente no que se refere à dimensão financeira das organizações. Neste sentido, para que a organização consiga atingir sua sobrevivência incerta ou para se manter sustentável, ela precisa analisar o cenário no qual está integrada, analisando os riscos relacionados ao seu ambiente tanto interno quanto externo, para poder praticar ações que garantam sua existência. Sendo que essas ações devam estar ligadas diretamente ao seu planejamento estratégico. Processo em que a empresa poderá definir sua missão, visão e estratégias, analisando seus cenários, riscos, oportunidades, ameaças, pontos fortes e pontos fracos.

As organizações devem se preocupar em integrar o planejamento estratégico da empresa ao desenvolvimento sustentável. Pois, uma empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e proporcionar condições adequadas de segurança e saúde para seus funcionários. De acordo com Lima (2009), o desenvolvimento sustentável exige intensas mudanças na forma de pensar, agir, produzir e

consumir, além de implementar as mudanças com a participação de todos nas decisões necessárias.

2.2 AS ORGANIZAÇÕES E A SUSTENTABILIDADE

O ambiente das organizações está cada vez mais agressivo, por isso as vantagens competitivas necessitam ser reinventadas. Dessa forma, as organizações precisam ter consciência que a produtividade, qualidade e vantagem competitiva estão absolutamente interligadas com suas habilidades, pois através do conhecimento, que é uma fonte certa de vantagem competitiva durável, as empresas irão conseguir se manterem no mercado.

Neste sentido, Loperena Rota (2003), ressalta que as organizações são agentes fundamentais do Desenvolvimento Sustentável e terão que estar preparadas para orientar o caminho da sustentabilidade. Schommer (2007) acrescenta ainda que é possível conciliar proteção ambiental, equilíbrio social, crescimento econômico e inovação. Quanto mais esses fatores estiverem integrados ao cotidiano dos indivíduos nas empresas, em suas diversas áreas, mais próximas estão do Desenvolvimento Sustentável.

Fisher (2002) enfatiza que uma das maneiras de colaborar para o Desenvolvimento Sustentável é evidenciar que as organizações podem crescer na medida em que contribuam para a prosperidade da sociedade, com criação de novos bens e serviços capazes de acolher os desafios atuais.

Conforme o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), em torno de 70% das empresas no Brasil incorporam algum tipo de ação social, muitas sendo ações sociais ambientais, tais como: doação para ONGs, construções de praças, estímulo a coleta seletiva, etc. Todavia, uma organização não consegue essas ações somente com o gestor, ela precisa do engajamento de todos os seus funcionários, porque nem sempre ela precisa de ajuda financeira, mas sim de valores organizacionais para suportar essa filosofia. Os vários setores devem estar em sintonia e envolvidos com o processo de responsabilidade ambiental e social (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008).

Desta forma, as empresas buscam aperfeiçoar seus setores, instigando-os a se posicionarem na questão ambiental. Entre eles se encontram: a área de compras, a área de marketing e comunicação, a área de recursos humanos, a área de produção e a área de finanças. Mas, para que isto aconteça faz-se imprescindível que os funcionários compartilhem essa visão de sustentabilidade, ou seja, que cada um tenha compromisso com o futuro e

tentem minimizar os impactos ambientais negativos que venham prejudicar seus descendentes (ALIGLERI; ALIGLERI; KRUGLIANSKAS, 2009).

Ainda citando Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009), pode-se dizer que nessa nova forma de administração, seus colaboradores internos são instigados a se sentirem parte desse processo como agentes ativos, com propósito. Criam novas expectativas e novos valores para que juntos, todos os setores, contribuam para um mundo mais humano e sustentável.

Segundo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas), todas as empresas visam o lucro, e isso é saudável do ponto de vista econômico. Essa visão não é incompatível com a geração de projetos sustentáveis, pelo contrário, foi comprovado que empresas sustentáveis tem custos minimizados por vários motivos, entre eles estão: racionamento de água e energia, consequentemente contas mais baixas, consumo de matéria-prima em menor escala, gerando com isto menos sobras e resíduos que reutilizam, reciclam ou vendem quando há possibilidade. Além disso, com esses fatores, a organização economiza com gastos de controle à poluição gerando mais empregos, com uma produção mais limpa e contribuindo para que as gerações futuras consigam respirar e viver (PRADO, 2014).

2.2.1 Estratégia para a Sustentabilidade

A palavra estratégia vem do grego *strategos* e está intimamente relacionada com a questão militar. *Strategos* significa um general em comando de um exército, ou seja, “a arte do general” (Oliveira, 1988, p.146). No entanto, a palavra estratégia foi agrupada ao mundo dos negócios, de maneira que começou a ser empregada pelas organizações para significar a forma como as empresas se comportavam e atuavam frente ao seu ambiente.

Gaj (1987) enfatiza que os vários entendimentos de estratégia têm uma aparência comum, o de futuridade das deliberações, salientando que a estratégia pode ser uma ferramenta para impedir o fracasso provocado por obsolescência e desajuste ambiental.

De acordo com Husted e Allen (2001), a responsabilidade social e a estratégia têm sido vistas em regra separadamente, cada uma cooperando apenas com objetivos sociais e econômicos simultaneamente. No entanto, podem ser trabalhadas conjuntamente, com a intenção de maximizar tanto os resultados econômicos como sociais das empresas. Definir a estratégia não se compõe em uma tarefa simples. A estratégia é difícil e afeta o bem-estar geral de toda a organização.

No entanto, quando se refere ao conceito de estratégia para a sustentabilidade, Buarque (2008) ressalta como um conjunto de ações articuladas são capazes de se

transformar em realidade, de modo a construir o futuro desejado. No entanto, a formulação das estratégias com vista para a sustentabilidade deve ser definida com base em objetivos e metas de desenvolvimento.

Segundo Tachizawa e Andrade (2008), as empresas que adotarem essas estratégias em relação à questão ambiental e social conseguirão vantagens maiores e mais competitivas, obterão redução nos custos de produção e lucrarão a médio e longo prazo. Enfim, tais estratégias se tornam um instrumento gerencial de extrema importância para criação de competitividade para as organizações.

Já, Nascimento, Lemos e Mello (2008, p.131) dizem que:

As estratégias desenvolvidas na elaboração do planejamento estratégico organizacional devem contemplar as questões sociais e ambientais. Assim, a organização terá maior coerência e coesão, desenvolverá objetivos mais claros e terá inspiração para realizar mudanças profundas e significativas, valorizadas tanto pelo mercado quanto por quem nela trabalha, atingindo sua sustentabilidade e sucesso ao longo do tempo.

Entretanto, quem determina as regras desse almejado sucesso pelas empresas são os clientes, que nas últimas décadas se conscientizaram em relação aos produtos e criaram os nichos “verdes” de mercado, com grande número de pessoas preocupadas com a questão da sustentabilidade e não se importando em pagar mais por produtos ecologicamente corretos (PEARSON, 2010).

Por conseguinte, não é fácil identificar uma empresa sustentável, nem tampouco educar seus funcionários na questão ambiental e, tirar a ideia errônea que projetos sustentáveis competem tão somente para os gestores, setores de meio ambiente, segurança e saúde ocupacional da organização. Todos são responsáveis pela proteção ambiental, tanto quanto pela segurança (VALLE, 2004).

Conforme Pereira (2007), foi divulgado pelo Instituto Ethos que existem alguns passos para se chegar a uma empresa sustentável, com o apoio de todos, dentre eles:

Tabela 1: Passos para uma Empresa Sustentável

1º passo	2º passo	3º passo	4º passo	5º passo	6º passo
Avaliar os impactos gerado pela empresa	Cruzar os resultados com o planejamento estratégico	Com base no cruzamento, elaborar ou revisar a missão e visão da empresa.	Implantar ações necessárias	Comunicar os resultados aos públicos com os quais a empresa se relaciona	Reiniciar e manter o ciclo

Fonte: Pereira (2007) adaptado pela autora

No entanto, o que torna uma organização única em suas estratégias são seus valores agregados nos termos ambientais, sociais e econômicos, tornando cada uma singular quando

comparada às demais, independente do seu setor econômico. Estratégias genéricas somadas às estratégias específicas são iguais às estratégias próprias de cada organização (TACHIZAWA, 2011).

Porém, para que essas estratégias sejam colocadas em prática, é preciso haver transparência e não somente “maquiagem verde”. A continuidade em praticar as estratégias de sustentabilidade finda sendo uma das maiores vantagens das organizações, juntamente com os projetos relativos a área social e econômica, que, há de se ressaltar, também é uma estratégia (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008).

Os autores Nascimento, Lemos e Mello (2008) ao falarem sobre estratégia, dizem que não é possível a análise de um rio somente do ponto de vista ambiental, porque quando a poluição mata o peixe que alimenta, afasta as pessoas que frequentam a área, causam doenças de quem se abastece dele. Por isso, precisam-se das estratégias para sanar os três aspectos: ambiental, econômico e social.

2.3 TRIPÉ DA SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade das empresas está apoiada ao tripé da sustentabilidade, que corresponde as dimensões econômica, social e ambiental. É com as três dimensões que as empresas devem se orientar, ou seja, serem éticas nos interesses da organização, respeitando os direitos, valores e interesses, relativos aos impactos que ela ocasiona, na sociedade, no meio ambiente ou na própria organização (PEREIRA, 2007).

O tripé da sustentabilidade tornou-se largamente conhecido no meio empresarial, como uma ferramenta útil para interpretar as interações extras empresariais e, em especial para esclarecer a visão da sustentabilidade mais ampla. No entanto, deve-se ressaltar que nos princípios de sustentabilidade não se pode separar as questões econômicas, sociais e ambientais. Assim, quando uma organização for ecologicamente sustentável, ela também será socialmente responsável, de forma que possa atender os interesses de toda a sociedade e também dos *stakeholders* (ARAÚJO *et al.*, 2006).

As três dimensões da sustentabilidade causam a integração e interação dos sistemas que garantem a sobrevivência humana em longo prazo e não podem ser pensadas separadamente, portanto o desenvolvimento sustentável tem como principal atribuição o equilíbrio entre crescimento econômico, interesses na conservação do meio ambiente e a melhoria na qualidade da vida humana, formando assim o tripé da sustentabilidade, o qual é

intrínseco às dimensões ambiental, social e econômica (CLARO; CLARO; AMÂNCIO, 2008). Essa sustentabilidade envolve 3 (três) aspectos: atividades economicamente viáveis, socialmente justas e ecologicamente corretas, conforme pode ser observado na figura 1.

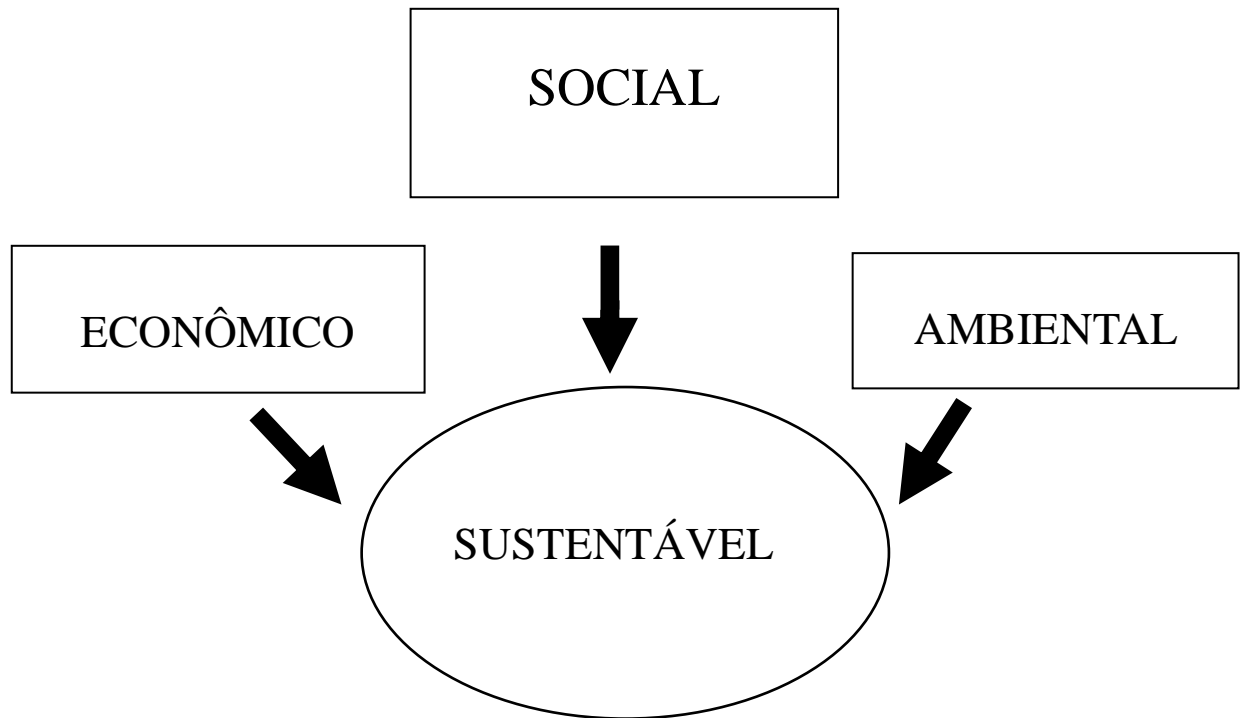


Figura 1: O tripé da Sustentabilidade
Fonte: Aleixo (2012) adaptado pela autora

No entanto conforme Claro, Claro e Amâncio (2008), as dimensões econômica, social e ambiental são definidas como:

- 1) A **dimensão econômica** inclui toda parte formal e não formal que geram serviços para indivíduos e grupos, aumentando sua renda e seu padrão de vida. E seu retorno financeiro reflete na maneira como os consumidores passam a visualizar a empresa pelo preço, design, utilidade e qualidade e, quão eficiente foi a utilização dos seus fatores de produção como capital, trabalho, recursos naturais e conhecimento.
- 2) A **dimensão Social** consiste na perspectiva social, relativas às qualidades humanas, como suas habilidades, dedicação e experiências. E o ambiente, tanto interno quanto externo da empresa, é abrangido nesse contexto, variando alguns fatores, sendo uns comuns em alguns setores e diferentes em outros. Esses fatores comuns são o respeito à vida humana, negação ao trabalho infantil, ambiente saudável e seguro, entre outros.

3) A **dimensão ambiental** para os teóricos é subdividida em 3 (três) dimensões. A primeira foca a ciência ambiental e ecologia, florestas e habitat diversos. A segunda dimensão inclui a qualidade do ar e da água e a proteção da saúde humana contra contaminação e, a terceira e última dimensão é chamada de sustentabilidade de recurso e é a administração dos recursos renováveis e não-renováveis.

Para Aleixo (2012, p. 57) “a sustentabilidade requer um processo de desenvolvimento que permita um crescimento do bem-estar da geração atual, sem desigualdades sociais, evitando simultaneamente custos não compensados para as futuras gerações”. Já para Claro, Claro e Amâncio (2008), é importante que se resolva problemas ambientais e sociais com democracia, priorizando os mais carentes e em desvantagens social, motivando a comunidade a participar dos movimentos políticos e tomar decisões.

Contudo, o aspecto principal do enfoque em questão é o balanceamento entre ambiental, social e econômico, levando as pessoas a terem uma responsabilidade comum, mudando seus hábitos. A exploração degradante do meio ambiente, os investimentos financeiros e o desenvolvimento tecnológico deverão ficar em harmonia. O processo de transformação, nesse caso, torna-se desenvolvimento, combinando mudanças sociais, culturais e crescimento econômico, reconhecendo os limites físicos impostos pelos ecossistemas, e incorporando a sustentabilidade nos setores organizacionais e até na política (CLARO; CLARO; AMÂNCIO, 2008).

2.4 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

A organização com visão no futuro tem que ser responsável no âmbito social, econômico e principalmente no âmbito ambiental, isso é o que espera seus funcionários, fornecedores e clientes. A empresa precisa ser ética em seus relacionamentos, com credibilidade perante os colaboradores e atuação de forma ecologicamente responsável (TACHIZAWA, 2011).

No entanto, há muitas discussões sobre a responsabilidade socioambiental nas empresas, que buscam uma alternativa para se equilibrar entre o social e o funcional. Os gestores compartilham com seus funcionários o aprendizado e exigem comprometimento em todas as áreas organizacionais, o que não deixa de ser um desafio, pois nem todos entendem o que é ser uma empresa sustentável (ALIGLERI; ALIGLERI; KRUGLIANSKAS, 2009).

Nascimento, Lemos e Mello (2008, p.46) afirmam que a Responsabilidade Social Empresarial “é um conjunto de ações que identificam e diminuem os impactos negativos que resultam do seu processo produtivo, e desenvolvem outras, para construção de sua imagem, e com isso favorecendo seus negócios”.

Para (TACHIZAWA, 2002) a empresa possui 5 (cinco) estágios para ser socialmente responsáveis, conforme tabela 2:

Tabela 2: Estágios da empresa socialmente responsável

ATTITUDE ORGANIZACIONAL	
1	A organização não assume responsabilidades perante a sociedade e não toma ações em relação ao exercício da cidadania. Não há promoção do comportamento ético.
2	A organização reconhece os impactos causados por seus produtos, processos e instalações apresentando algumas ações isoladas no sentido de minimizá-los. Eventualmente busca promover o comportamento ético.
3	A organização está iniciando a sistematização de um processo de avaliação dos impactos de seus produtos, processos e instalações e exerce alguma liderança em questões de interesse da comunidade. Existe envolvimento das pessoas em esforços de desenvolvimento social.
4	O processo de avaliação de impactos dos produtos, processos e instalações está em fase de sistematização. A organização exerce liderança em questões de interesse da comunidade de diversas formas. O envolvimento das pessoas em esforços de desenvolvimento social é frequente. A organização promove o comportamento ético.
5	O processo de avaliação dos impactos dos produtos, processos e instalações está sistematizado, buscando antecipar as questões públicas. A organização lidera questões de interesse da comunidade e do setor. O estímulo à participação das pessoas em esforços de desenvolvimento social é sistemático. Existem formas implementadas de avaliação e melhoria da atuação da organização no exercício da cidadania e no tratamento de suas responsabilidades públicas. É o estágio mais avançado e deve ser considerado como meta da organização.

Fonte: Tachizawa (2002, p.85-86)

Aligleri; Aligleri; Kruglianskas (2009) acrescentam que o novo arranjo sistêmico que está sendo exigido das organizações, exige também uma nova compreensão relativa ao comportamento socioambiental, que não poderá ser focalizado somente no fabricante, mas em toda a cadeia produtiva, passando assim, a responsabilidade para todos, não apenas a uma organização isolada.

No entanto, a organização não deverá se descuidar de sua visão, objetivos, missão e valores, para que visem a valorização da minoria, respeito aos acionistas, práticas éticas,

inclusão social, entre outras. Sem se esquecer da comunidade em que está inserida, porque em longo prazo é fundamental o bom relacionamento, já que antecipa o questionamento de pontos de atritos e soluções para os problemas relacionados com possíveis impactos ambientais causados pela empresa (SOUSA, 2006).

3 METODOLOGIA

Esta seção trata dos procedimentos metodológicos que foram adotados para a realização da pesquisa, de acordo com os objetivos propostos. A metodologia utilizada incluiu simultaneamente a abordagem qualitativa, com o método de estudo de caso e com as técnicas de entrevistas e visitas *in loco*.

A pesquisa qualitativa de acordo com Richardson (1999), descreve as dificuldades de um determinado problema, analisa as variáveis, entende, qualifica e contribui para a modificação de determinados grupos sociais e seus processos dinâmicos, e, em níveis mais aprofundados, o entendimento do indivíduo e suas particularidades. A abordagem qualitativa de um problema pode ser usada até mesmo nas informações colhidas pelo método quantitativo, mas perde este seu caráter qualitativo quando são transformados em informações quantificáveis, tentando assegurar da exatidão no plano dos resultados.

Neste contexto, a pesquisa qualitativa possibilitou conhecer e analisar o posicionamento da empresa pesquisada diante da questão da Responsabilidade Social possibilitou também identificar se as ações da empresa são consideradas estratégias de gestão que visam à sustentabilidade.

Quanto aos objetivos, a pesquisa se configurou como exploratória e descritiva. A pesquisa exploratória segundo Gil (2010) tem a finalidade de desenvolvimento, esclarecimento e modificação de conceitos e ideias, considerando as hipóteses de pesquisa para estudos futuros e a produção de problemas mais precisos. É a pesquisa menos rígida em seu planejamento e envolve um levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Já com a pesquisa descritiva é possível observar e analisar os fenômenos e suas características. Pois o estudo de natureza descritiva tem a proposta de analisar o “que é”, ou seja, descobrir as características de um fenômeno e suas variáveis, tais como, emprego do rendimento e consumo, caracterização de funcionamento de uma empresa, entre outros (MICHEL, 2005; RICHARDSON, 1999).

O método de pesquisa utilizado foi o estudo de caso. Para Gil (2010), o estudo de caso possui uma característica marcante, a qual permite um conhecimento amplo e profundo, sendo que em outros métodos é uma tarefa praticamente impossível. Na visão de Yin (2005), o estudo de caso incide em uma verificação empírica dos fenômenos contemporâneos, dentro de seu contexto, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

A coleta de dados foi realizada na empresa Água Mineral Lind'Água, situada na BR 364, linha 36, setor Tatu, lote 07, nos meses de maio e junho de 2014.

Para a coleta de dados foi utilizado o roteiro semi-estruturado (Apêndice A), aplicado aos gestores da empresa, contendo questões que visam responder aos objetivos da pesquisa e à questão problema. A entrevista semi-estruturada é onde a pessoa entrevistada “tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada. Permite explorar mais amplamente uma questão” (MICHEL, 2005, p.45).

As vantagens deste tipo de entrevista é que pode ser usada em todo tipo de população e o entrevistado é mais observado e avaliado em seu comportamento, por essa entrevista ser mais flexível e oportuna. (MARCONI; LAKATOS, 2008).

Por fim, a análise das informações obtidas com as entrevistas e visitas *in loco* foram confrontadas de forma qualitativa com o referencial teórico estudado.

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

Por meio dos dados da pesquisa foi possível realizar uma análise sobre a situação da empresa nas dimensões econômica, social e ambiental. Tais informações possibilitaram identificar quais as práticas de Responsabilidade Socioambiental na empresa Água Mineral Lind'Água, como forma de contribuir para a Sustentabilidade. Para alcançar os resultados propostos nesta pesquisa, os dados foram coletados, por meio de entrevistas com os gestores da empresa e serão apresentados em 2 (dois) blocos:

I BLOCO – CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA ÁGUA MINERAL LIND'ÁGUA

A empresa Água Mineral Lind'Água possui 97 funcionários diretos e mais de 1000 funcionários indiretos, com uma área de 4.150 mt² construídos, em uma propriedade na zona

rural, situada a aproximadamente 12 km do município de Pimenta Bueno/RO, o qual se encontra distante da cidade de Porto Velho, capital do estado de Rondônia, cerca de 500 km.

O município de Pimenta Bueno possui de acordo com recenseamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2010), uma população estimada de 33.822 habitantes, uma área territorial de 6.240.932 (Km²), densidade demográfica de 5,42 (hab/Km²).

A história de sucesso da empresa Água Mineral Lind'Água teve início nos anos de 1980, com o senhor Waldir Lenzi, já morador de Pimenta Bueno/RO há alguns anos, trocando seu caminhão por terras improdutivas, mas com uma fonte de águas límpidas. Onde os vizinhos de sítio passavam e paravam para beberem da água e levarem para suas casas. Até que um dia Seu Waldir teve a visão de um empreendimento naquela água cristalina. Nessa época, ele e o cunhado eram sócios e mandaram amostras da água para análise em laboratórios específicos, através dos quais, foi constatado que a água era mineral e de excelente qualidade.

Com isso, iniciou-se o processo de legalização junto ao DNPM (Departamento Nacional de Produção Mineral, Ministério de Minas e Energia), que foi concedido o registro em 1985 com o decreto de Lavra outorgado. Após a abertura e registro da Empresa, os sócios procuraram obter recursos para implementação do negócio, através da capacitação tecnológica e principalmente do capital humano.

A empresa iniciou suas atividades com envase de água mineral em 20 litros, usando garrafões de vidro, porém se percebeu a inviabilidade no manuseio do vidro e logo a empresa optou pelo uso e comércio de galões plásticos, aumentando também sua produção e comercializando a água em garrafas de PVC (O PVC contém, em peso, 57% de cloro (derivado do cloreto de sódio - sal de cozinha) e 43% de eteno (derivado do petróleo)) 500 ml e 1.500 ml. A partir desse momento, a empresa começou a expandir e em 3 meses foram compradas duas sopradoras de garrafas de PVC e, ao mesmo tempo foi se aperfeiçoando os maquinários de envase de 20 litros para atender a demanda.

Em 1990 com o aumento de preço do PVC, tornou-se praticamente inviável a fabricação de garrafas com esse material, foi então que a empresa estudou outros recursos, encontrando a solução com o uso de polipropileno para a fabricação de garrafas. Em 1997 a empresa buscou uma melhor garantia de qualidade dos produtos para com seus clientes, implantando o ISO 9.000 (Padrão de Garantia de Qualidade), conhecido mundialmente. Mas

somente em 1998 conseguiu o certificado, sendo a primeira empresa do estado e a segunda no país, no ramo, a conseguir tal ato.

Em julho de 1999 a empresa iniciou a fabricação de água com gás e no final de 1999 inaugurou a fábrica de refrigerantes. No ano de 2002 a empresa, passou a utilizar como matéria prima para a fabricação de garrafas, o PET, com a intenção de melhorar a estética e qualidade das garrafas, sendo este o material usado até hoje no processo produtivo.

Somente em 2006 iniciou-se a fabricação de refrigerantes de 500 ml., nos sabores: Cola, Guaraná e Laranja. Atendendo à grande demanda do mercado, em 2007 a empresa buscou ampliar seu espaço físico e melhorar tecnologicamente seus maquinários e sistemas de produção, estabelecendo maior quantidade e qualidade dos produtos, lançando em 2008 os sabores Limão e Tubaína.

A empresa possui duas filiais no Estado de Rondônia, sendo uma distribuidora na cidade de Porto Velho/RO e uma fonte na cidade de Candeias do Jamari/RO. Encontra-se em implantação uma nova filial da empresa Água Mineral Lind'Água, em Campo Alegre/SC, distante da capital Joinville, cerca de 40 km. Os produtos Lind'Água são conhecidos e revendidos em praticamente todo o Estado de Rondônia, Rio Branco/AC, Humaitá/AM, Boca do Acre/ AM e, parte do Mato Grosso.

Sabendo que a água é essencial à vida e saúde de todos os seres vivos, a empresa focaliza suas metas de desempenho no comércio de água. Por isso, seu público alvo são os consumidores de produtos alimentícios em geral, por ser a água seu maior foco de distribuição. E seus principais fornecedores de produtos estão localizados em São Paulo, Mato Grosso e Paraná.

II BLOCO – PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NA EMPRESA ÁGUA MINERAL LIND'ÁGUA.

Para maior entendimento, este estudo será dividido em: Práticas na Dimensão Econômica, Dimensão Social e Dimensão Ambiental.

1) Dimensão Econômica

Com relação à sustentabilidade na dimensão econômica, a principal vantagem competitiva da empresa Água Mineral Lind'Água é o controle de qualidade dos seus produtos

e serviços, por meio do programa BPF (Boas Práticas de Fabricação), que visa atender a Resolução da Diretoria Colegiada - RDC N°. 173, de 13 de setembro de 2006, a qual dispõe sobre o Regulamento Técnico de Boas Práticas para Industrialização e Comercialização de Água Mineral Natural e de Água Natural e a Lista de Verificação das Boas Práticas para Industrialização e Comercialização de Água Mineral Natural e de Água Natural (SUvisa – Superintendência de Vigilância Sanitária, 2006).

O programa BPF foi implantado pela empresa e é inspecionado pelos órgãos governamentais, tais como: ANVISA (Agência de Vigilância Sanitária), Ministério da Agricultura e pelo DNPM (Departamento Nacional de Produção Mineral), mas compete a ANVISA conceder ou cancelar o certificado de cumprimento de Boas Práticas de Fabricação.

O manual das Boas Práticas de Fabricação denominado POP (Programa Operacional Padrão) é composto por 14 (quatorze) POPs, sendo eles:

Tabela 3: Manual de Boas Práticas de Fabricação

POP 1	Higiene das Instalações e Equipamentos - Sala de Envase;
POP 2	Limpeza e Sanitização do Sistema de Captação, Adução, Reservatório e Envase;
POP 3	Capitação por Caixa;
POP 4	Manejo de Resíduos Sólidos – RS;
POP 5	Programa de Recolhimento de Produtos;
POP 6	Controle Integrado de Vetores e Pragas;
POP 7	Programa de Recolhimento de Embalagens Vencidas e Danificadas;
POP 8	Limpeza do Filtro, Limpeza e Troca dos Elementos Filtrantes;
POP 9	Seleção de matéria prima e embalagens;
POP 10	Manutenção Preventiva de Máquinas e Calibração de Equipamentos;
POP 11	Higienização dos Tampões;
POP 12	Higiene e Saúde dos Manipuladores;
POP 13	Controle de Qualidade;
POP 14	Manutenção e Limpeza de Ar Condicionado.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

As vistorias são executadas nos setores da empresa Água Mineral Lind'Água, de acordo com o manual BPF, e são realizadas por funcionários e líderes responsáveis pelos setores, sendo efetuadas de acordo com cada setor, podendo ser realizadas diariamente, semanalmente, quinzenalmente ou mensalmente. Cada funcionário líder pelo setor fica responsável pela veracidade das informações obtidas e também pelo repasse para as planilhas, as quais são entregues ao gestor. Estas planilhas ficam guardadas para serem inspecionadas

pelos órgãos competentes, que fazem visitas surpresas à empresa verificando se estão em conformidade com o manual.

Duarte (2005) ressalta que cabe aos supervisores, coordenadores e diretores da empresa a responsabilidade pela revisão e aprovação do POP, assim como cabe aos funcionários que tenham participação direta e/ou indireta a qualidade das informações obtidas. Normalmente, sendo a ingerência dos gestores as falhas ocorridas na implantação de um sistema de qualidade.

Quanto à origem da matéria-prima, a empresa Água Mineral Lind'Água tem parceria com vários fornecedores em todo o Brasil. Contudo, sua matéria-prima principal, o PET, tem um mercado fornecedor escasso, e em consequência, a empresa não tem muitas opções para escolher os fornecedores que apresentam maiores desempenho ambiental, mas a empresa sempre procura trabalhar com fornecedores que são ambientalmente e socialmente responsáveis. No entanto, Tachizawa e Andrade (2008) acrescentam que as organizações dos novos tempos já possuem em sua política corporativa requisitos ambientais predefinidos, e exigem que seus fornecedores atendam esses requisitos éticos com insumos produtivos sustentáveis.

Quanto à realização de pesquisa de mercado, a empresa sempre procura realizar pesquisas visando compreender as necessidades de seus clientes e também procura orientá-los sobre o consumo saudável de seus produtos e o descarte correto das embalagens. A empresa normalmente realiza a pesquisa de mercado junto aos clientes/consumidores de 01 (uma) a 02 (duas) vezes ao ano, sendo executada por seus representantes e gerentes comerciais. No entanto, as principais dificuldades encontradas pela empresa, muitas vezes é a falta de conhecimento das pessoas em relação ao assunto sustentabilidade.

Para (PEARSON, 2010), as empresas enfrentam grandes dificuldade na gestão empresarial, que é dificultada pelo desafio de conciliar produtividade, competitividade e sustentabilidade. Com a concorrência mais acirrada, o cliente se tornou mais exigente quanto aos modelos de produção, para que possuam o mais alto nível. As metas da empresa quanto à redução de matéria-prima para produção, precisam estar alinhadas as políticas de sustentabilidade.

Visando atender os preceitos sustentáveis e atender as normas legais exigidas por lei, a empresa Água Mineral Lind'Água realiza um trabalho com engenheiros químicos e laboratoristas, os quais diariamente fazem análises da água para verificação dos níveis do PH,

mantendo assim, um rígido controle de qualidade, que reflete tanto em seus lucros e quanto no capital investido, tornando-se rentável e economicamente viável.

Com relação à sustentabilidade econômica, a empresa investe em economia de energia, água, diminuição de perdas de produtos e redução no uso de matéria-prima. Por meio de uma política ambiental, procura procedimentos que possam alinhar a sua cadeia de valor com os processos de planejamento e gestão da empresa, para que se possa ter uma produção sustentável.

Sua principal estratégia é o atendimento, primando sempre pelo padrão de qualidade dos produtos e a sua continuidade. Neste contexto, Tachizawa e Andrade (2008) afirmam que a responsabilidade socioambiental da empresa em relação aos clientes e consumidores é considerada um investimento duradouro, principalmente na elaboração de serviços ou produtos que sejam confiáveis, com um risco mínimo para a saúde dos usuários e das pessoas em geral. E essa mudança de caracteres social, cultural, tecnológico e econômico reflete na continuidade e sobrevivência da empresa.

O compromisso da empresa com o desenvolvimento sustentável está formalmente inserido em sua estratégia e expresso na visão da empresa em ser conhecida nacionalmente, sendo referência em qualidade, assim contribuindo com o meio ambiente. Neste contexto, vale ressaltar que essas estratégias devem ser incorporadas ao plano de ação da empresa, significando um plano para cada setor de negócios (marketing, produção, finanças, recursos humanos, etc.).

Para (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008) as estratégias devem ser elaboradas visando as questões sociais e ambientais, sendo a empresa assim, valorizada pelos funcionários, fornecedores e pelo mercado em geral, atingindo sua sustentabilidade e sucesso em longo prazo.

A sustentabilidade econômica da empresa está em ascensão, com projetos quase prontos de fabricação de sucos naturais, já que a demanda do consumo de refrigerantes está em baixa, devido ao alerta cada vez mais crescente sobre estilo de vida saudável e, principalmente o consumo de alimentos saudáveis, o que não é o caso do refrigerante. Espera-se com esse novo projeto contribuir com a sustentabilidade, pois a sociedade está cada vez mais consciente com relação aos aspectos ambientais, ecológicos e principalmente com a qualidade de vida (TACHIZAWA; ANDRADE, 2008).

2) Dimensão Social

No que se refere à sustentabilidade na dimensão social, a empresa sempre procura promover a empregabilidade de pessoas com deficiência. A empresa Água Mineral Lind'Água possui 97 (noventa e sete) funcionários, entre os quais, 02 (dois) são portadores de deficiência e não estão sob contrato de experiência. A empresa sempre busca adotar medidas que possam promover a empregabilidade dessas pessoas, capacitando os demais funcionários para entendê-las, sensibilizando-os e conscientizando-os para a recepção e boa convivência profissional, pois a empresa entende a importância de promover a inclusão social.

Para Aligreri; Aligleri e Kruglianskas, (2009), a empresa humanizada e responsável não se contenta em somente respeitar os direitos dos funcionários, ela vai além, investindo no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, melhorando as condições de trabalho e estreitando as relações com os mesmos. Segundo os autores, esse tipo de empresa também está atenta para as culturas locais, vivendo um relacionamento ético e responsável pelas minorias e instituições de seus interesses, tais como a contratação de pessoas com deficiência física, não se restringindo ao cumprimento de cotas (2% a 5% para empresas acima de 100 funcionários), mas também capacitando e inserindo esses funcionários na rotina da organização.

Localizando-se na zona rural, a empresa Água Mineral Lind'Água procura ofertar empregos para as pessoas que moram mais próximas. A maioria dos funcionários são pessoas que moravam no mesmo setor rural, mas que agora se mudaram para um novo distrito, próximo a empresa (Distrito do Alto Itaporanga). A empresa oferece alimentação aos funcionários, com um cardápio balanceado, pelo qual é cobrado apenas um valor simbólico, que vem descontado em folha de pagamento. A empresa também oferece transporte gratuito para os funcionários que moram no município de Pimenta Bueno/RO e Distrito do Alto Itaporanga.

A empresa sempre busca ofertar aos funcionários cursos e treinamentos de capacitação, tais como: Liderança, Marketing, Vendas e Segurança no Trabalho. A empresa também sempre está atenta quanto à vontade de aprender e crescimento interno dos funcionários, oferecendo a eles oportunidade de estudar, custeando a metade do curso superior que o funcionário optar em cursar, como forma de incentivo. Nascimento, Lemos e Mello (2008) ressaltam que toda ação da empresa que visa a promoção da melhoria da qualidade de vida dos funcionários e também a qualidade ambiental, deve atender as

expectativas e necessidades humanas, como: proteção social, saúde, educação, lazer, organização do trabalho e proteção ao meio ambiente, pois são ações caracterizadas como transformadoras, assim, socialmente responsáveis.

Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009) ressaltam também, que para as empresas poderem reter os talentos, faz-se necessário ofertar benefícios com qualidade aos funcionários, como: licença maternidade, licença paternidade, plano de saúde, seguro de vida, entre outros.

Com relação à satisfação dos funcionários quanto à carga horária de trabalho, clima organizacional e a remuneração, a empresa avalia por meio de pesquisa. Esta pesquisa é realizada com um questionário aplicado uma vez ao ano. A empresa também oferece aos seus funcionários tratamento odontológico por meio de convênio com o Serviço Social da Indústria (SESI), alimentos saudáveis, ginástica laboral, acompanhamento e conscientização sobre um estilo de vida saudável, etc. A empresa também procura realizar revezamentos em vários turnos de trabalho, evitando assim a sobrecarga e o estresse em seus funcionários.

Para Aligleri; Aligleri e Kruglianskas, (2009), a forma como a empresa interage com seus funcionários, muitas vezes pode ser mais impactante que o próprio salário, e essa interação deve ser baseada em uma gestão responsável e sustentável, como: a cooperação, o diálogo, a transparência, a participação, a diversidade, a igualdade e a solidariedade. Tais elementos são traços de cultura que ajudam as empresas nesse tipo de gestão.

No intuito de construir um relacionamento com a comunidade externa e o desenvolvimento local, a empresa incentiva atividades culturais, esportivas e sociais, participando de projetos sociais em parcerias com instituições como: Lions Clube, Rotary Clube, Maçonaria, Cenap, Albergue Municipal para moradores de rua, entre tantos outros. A empresa também realiza efetivas doações às escolas, igrejas e templos, tanto em produtos produzidos na empresa, quanto em valores monetários. Tachizawa (2001) destaca que o desenvolvimento econômico-social está interligado à responsabilidade social e ambiental, portanto uma empresa pode ser considerada efetiva quando mantém uma postura socialmente responsável. Tal efetividade está ligada à satisfação da sociedade em que está inserida, ao atendimento de seus requisitos sociais, econômicos e culturais. O autor ressaltava ainda, que as empresas dependem de um bom relacionamento com a comunidade para desenvolver-se e que as empresas existem para suprir as necessidades sociais da sociedade.

A empresa também desenvolve o projeto “Lixo é Dinheiro”, que acontece em parceria com os funcionários, a empresa e as escolas do município de Pimenta Bueno. A missão dos

alunos consiste em entregar nas escolas o maior número possível de embalagens descartáveis, ganhando com isso pontos extras em algumas disciplinas e aprendendo a necessidade dos atos sustentáveis desde jovens e também contribuindo para um futuro mais “verde”.

A conscientização é realizada pelos próprios gestores da empresa Água Mineral Lind’Água, com palestras nas escolas, sobre os efeitos benéficos da reciclagem e os efeitos maléficos do mau uso do bem mais precioso do planeta terra: a água.

Durante a execução do projeto “Lixo é Dinheiro”, é recolhidos pela empresa o maior número possível de materiais recicláveis, os quais são vendidos para um coletador da cidade de Espigão d’Oeste/RO. Os materiais recicláveis são prensados e transportados para Bioterra Indústria de Reciclagem Ltda, da cidade de Cuiabá/MT. Sendo que o dinheiro arrecadado gera um fundo de reserva para os funcionários. A empresa repassa esse dinheiro arrecadado em forma de empréstimo sem juros e parcelado para os funcionários que tenham necessidade ou em caso de emergência familiar.

3) Dimensão Ambiental

Com relação à sustentabilidade na dimensão ambiental, a empresa Água Mineral Lind’Água possui uma política ambiental que reflete nos processos de planejamento da empresa. Esses processos se fazem por meio de reciclagens de todo seu lixo, vendendo-os para um coletador de recicláveis da cidade de Espigão D’Oeste-RO, que os prensam e os revende para Bioterra Indústria de Recicláveis de Cuiabá/MT.

A empresa disponibiliza coletores de lixo seletivo em todos seus setores, conforme pode ser observado nas figuras 2 e 3. O produto de maior foco de reciclagem são as garrafas PET (O politereftalato de etileno, mais conhecido como PET. É um tipo de plástico muito utilizado na fabricação de garrafas (refrigerantes, água, sucos, óleos e etc.) e de alguns tipos de tecidos. Do ponto de vista químico, o PET é um polímero termoplástico. Uma das grandes vantagens do PET é que ele pode ser reprocessado várias vezes, facilitando e favorecendo seu processo de reciclagem e uso contínuo na cadeia produtiva).

O PET se popularizou na virada da década de 1980 para a de 1990, sendo a solução menos agressiva ao meio ambiente, mais resistente que o plástico comum, 100% reciclável e sem apresentar substâncias tóxicas (PEARSON, 2010).



Figura 2: Coletores de lixo Recicláveis
Fonte: Dados obtidos na pesquisa



Figura3: Coletores de lixo recicláveis
Fonte: Dados obtidos na pesquisa

A empresa também utiliza em seu processo administrativo o papel A4 reciclado, e em seu processo produtivo as garrafas PET são de plástico reciclado, as caixas de papelão para o transporte dessas garrafas e o filme plástico para embalar os pacotes de refrigerantes também são reciclados. Neste contexto, Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009) ressaltam que a produção de uma tonelada de papel reciclado poupa o corte de 30 árvores, economiza 80% de energia elétrica e 98% de água e, o uso de material reciclado reduz a demanda por matéria-prima virgem e o volume de lixos depositados nos aterros sanitários, contribuindo para a preservação dos recursos ambientais.



Figura 4: Espelho d'água - Criação Tambacu
Fonte: Dados obtidos na pesquisa



Figura 5: Represa - Criação de Pirarucu
Fonte: Dados obtidos na pesquisa

Quanto ao processo de reuso de água, a empresa utiliza o processo de forma freqüente o setor administrativo, ocorrendo da seguinte forma: a água não utilizada em seu processo

produtivo vai para a cozinha, banheiros e para a represa de peixes, onde tem uma criação de tambaqui, tambacu e pirarucu, somente ornamentais e não para consumo, conforme figuras 4 e 5. Pearson (2010) afirma que reduzir e reusar sempre são os melhores caminhos. O autor ressalta também que um processo mostra-se eficiente quando se produz mais com menos. Ou seja, reduzindo o consumo de matéria-prima e reusando, como no caso da empresa Água Mineral Lind'Água, seu bem mais precioso: a água.

No que se refere à economia de energia elétrica, o processo acontece através de capacitores para desligar maquinários em horário de pico e quando não estão sendo usados.

Todos os resíduos líquidos gerados pela produção de refrigerantes são descartados em 7 (sete) represas de decantação. A decantação é usada para separar misturas do tipo sólido-líquido e líquido-líquido, baseando-se na diferença de densidade e na solubilidade de seus componentes. Para esse processo são necessárias as 7 (sete) represas por causa da decantação, que vai separando os resíduos mais densos dos resíduos menos densos, até ficar somente a água limpa, que é descartada na última represa.

Como se pode observar na figura 6, os resíduos líquidos gerados pela empresa são destinados para a 1ª represa, a qual apresenta a água com muitos dejetos de refrigerantes. Este é o primeiro estágio do processo de decantação. Já na figura 7, observa-se a 7ª represa, onde nota-se a presença de plantas na água e vida aquática, tais como: peixes de pequeno porte, jacarés e pássaros que se alimentam dessas espécies.



Figura 6: 1ª. Represa: Água com muitos dejetos
Fonte: Dados obtidos na pesquisa



Figura 7: 7ª. Represa: Presença de Peixes e plantas
Fonte: Dados obtidos na pesquisa

Antes do descarte para as represas, há um tratamento feito por uma engenharia química que uma vez ao ano utiliza produtos para correção do PH da água das represas. Uma

vez por semana é adicionado no leito das represas um produto químico com o nome de Barrilha (Carbonato de sódio - neutralização de efluentes industriais e tratamento de água potável). Os resíduos sólidos orgânicos produzidos, que são os restos de alimentos, vêm somente da cozinha e são levados para os animais dos funcionários. Esses animais são porcos e galinhas que os funcionários criam para aumentar a renda e para seu próprio alimento.

Neste sentido, Nascimento, Lemos e Mello (2008) atestam que o investimento em capital natural é imprescindível para a não destruição do planeta, que somente preservando, restaurando e repondo os estoques naturais seja possível produzir mais serviços ambientais. Afirmam ainda que a preservação é uma questão de segurança mundial, para que se evite conflitos entre países que detenham recursos, como água limpa e todos os serviços que os ecossistemas aquáticos oferecem.

No que se refere à produção de produtos sustentáveis, a Água Mineral Lind'Água não fabrica nenhum tipo de produto sustentável. Mas a empresa possui maquinários em seu sistema de produção considerados sustentáveis, por se tratarem de equipamentos mais modernos e com consumo mínimo de energia.

Segundo Pearson (2010), para que a empresa tenha uma produção sustentável, o ideal é a diminuição dos resíduos na fonte, diminuindo ou exterminando os custos com tratamento e descarte. E para que ocorra a diminuição da quantidade de resíduos, a empresa deverá agir em duas frentes, sendo a primeira na cadeia produtiva, com redução de energia com equipamentos mais eficientes e menos poluentes e, a segunda etapa é reciclar, quando se esgotam os meios de economia e redução.

A empresa também possui uma área de recuperação ambiental, que foi contaminada por produtos tóxicos (herbicidas), conforme mostra a figura 10 e 11.



Figura 10: Tentativa de reflorestamento.
Fonte: Dados obtidos na pesquisa



Figura 11: Tentativa de reflorestamento.
Fonte: Dados obtidos na pesquisa

Nesta área contaminada não nasce plantas nativas, primárias, secundárias e nem terciárias, por isso é feito o plantio manual, em uma tentativa de que a terra se regenere e as plantas nasçam naturalmente. Aligleri; Aligleri; Kruglianskas (2009) afirmam da importância das empresas realizarem o armazenamento adequado de materiais perigosos (herbicidas, agrotóxicos), principalmente por pessoas competentes, pois a sua má gestão causa impactos negativos à natureza e danos à reputação da organização. Portanto, o uso inadequado de produtos tóxicos, mesmo sendo para matar erva daninha, causam prejuízos, muitas vezes, irreversíveis à natureza.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo analisou as práticas de Responsabilidade Socioambiental na empresa Água Mineral Lind'Água, como forma de contribuir para a Sustentabilidade.

Diante da pesquisa realizada, foi possível identificar na dimensão econômica, que a empresa é considerada economicamente viável. A empresa opera em conformidade legal e sempre procura conciliar a lucratividade, a geração de emprego, renda e a sustentabilidade. A principal vantagem competitiva da empresa Água Mineral Lind'Água é o controle de qualidade dos seus produtos e serviços, por meio do programa Selo de Boas Práticas de Fabricação (BPF).

A empresa também investe em economia de energia, água, diminuição de perdas de produtos e redução no uso de matéria-prima, por meio de uma política ambiental, que está alinhada ao planejamento e gestão empresarial, para que se possa ter uma produção sustentável.

A principal estratégia da empresa é o atendimento, priorizando sempre pelo padrão de qualidade dos produtos e a sua continuidade. A empresa também realiza pesquisas junto aos clientes/consumidores, informando sobre o consumo sustentável de seus produtos e o descarte correto dos mesmos.

Verificou-se que a empresa está inovando em seus produtos, com a fabricação de sucos naturais, promovendo ao consumidor mais diversidade na hora de consumir os produtos comercializados pela empresa. As empresas estão cada vez mais motivadas por pressões legais ou mercadológicas a se estruturarem e incorporarem novos projetos que promovam a qualidade de vida das pessoas, tornando a inclusão da variável socioambiental no

desenvolvimento de estratégias, um imperativo de gestão, principalmente para empresas que pretendem se manterem competitivas.

No que se refere à dimensão ambiental, a empresa Água Mineral Lind'Água dispõe de um planejamento estratégico voltado para a sustentabilidade, sendo que logo na compra de sua matéria-prima, a empresa procura trabalhar com fornecedores que possuam a mesma visão estratégica, voltada para a sustentabilidade, mesmo com um mercado tão escasso, como este do qual dependem.

O maquinário utilizado na linha de produção trabalha com consumo mínimo de energia e é automatizado para desligar depois de um tempo ocioso. A empresa também procura economizar reutilizando a água de seu processo produtivo, nos banheiros, na cozinha, nas piscinas de peixes e represas. Contudo, o maior cuidado é com seus dejetos de produção e lixo recicláveis, sendo feita a coleta e logo após, um pré-tratamento em represas de decantação, onde naturalmente é feito a filtragem da água.

A empresa diariamente realiza inspeção nas represas de decantação, para medir o PH da água, verificando assim seu o nível. Quando este se encontra abaixo do normal o funcionário responsável pela inspeção adiciona barrilha, neutralizando assim os efluentes químicos e elevando o PH da água ao nível normal.

A empresa Água Mineral Lind'Água também possui em sua propriedade uma área de preservação ambiental, com árvores nativas, rios e preservação de animais silvestres. Realiza o replantio de árvores em áreas contaminadas com agrotóxicos, mantendo assim o equilíbrio da natureza.

Quanto à dimensão social, a empresa está sempre envolvida com projetos sociais, buscando atender a comunidade interna e externa. A empresa empreende o projeto “Lixo é dinheiro”, através do qual, disponibiliza aos funcionários um fundo de poupança, fazendo empréstimos sem juros e à prestação. Também trabalha pela inclusão social de pessoas com deficiências, dando a elas oportunidade de crescimento profissional, tal qual dá aos outros funcionários, dentro da empresa.

A empresa Água Mineral Lind'Água procura sempre capacitar seus funcionários, com cursos profissionalizantes e com estudos próprios para cada setor. Busca também manter um bom relacionamento com a comunidade externa, por meio de doativos a entidades, igrejas e projetos sociais. Além de patrocinar times de futebol, inclusive o time que representa a cidade de Pimenta Bueno/RO, o CAP (Clube Atlético Pimentense).

Por meio da pesquisa realizada, conclui-se que o estudo atendeu o objetivo proposto, mesmo considerando algumas limitações em relação à disposição de informações. Desta forma, foi possível identificar que a empresa apresenta um bom desempenho econômico, ambiental e social. Pode-se dizer que a empresa cumpre além do que é exigido pelas leis ambientais vigentes.

Nota-se que no meio empresarial, ainda são poucas as empresas que possuem esta preocupação de incorporar uma gestão consciente quanto aos deveres ambientais e sociais, apresentando assim, uma postura sustentável voltada para a preservação ambiental e valorização do capital humano.

Contudo, fica evidente que este assunto não se esgota, a partir das contribuições desta pesquisa sugere-se que outros trabalhos sejam realizados, principalmente no sentido de conhecer a percepção da sociedade sobre as ações estratégicas que as empresas desenvolvem, no tocante a responsabilidade socioambiental.

REFERÊNCIAS

1. ALEIXO, Andréia Duarte. **Políticas Públicas para o Desenvolvimento Sustentável: Um Estudo Exploratório no Município de Cacoal – Rondônia**. 2012. 121 fls. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de estudos Administrativos de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2012.
2. ALIGLERI, Lilian; ALIGLERI, Luiz Antonio; KRUGLIANSKAS, Isak. **Gestão Socioambiental**. Responsabilidade e Sustentabilidade do Negócio. São Paulo: Atlas, 2009.
3. ARAÚJO, Geraldino Carneiro de *et al.* Sustentabilidade empresarial: conceito e indicadores. III Congresso Virtual de Administração – **CONVIBRA, 2006**. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/2006/artigos/61_pdf.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2014.
4. BERGAMINI, Cecília Whitaker. BERALDO, Deobel Garcia Ramos. **Avaliação de desempenho humano na empresa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1988.
5. BUARQUE, Sérgio Cristovam. **Construindo o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2008, 4 ed.
6. CLARO, Priscila Borin de Oliveira; CLARO, Danny Pimentel; AMANCIO, Robson. **Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações**. Revista de Administração – RAUSP. Vol. 43, nº 04, 2008. Universidade de São Paulo. São Paulo. Disponível em: <<http://www.redalyc.org>>. Acesso em 02 fev 2014.
7. DUARTE, Renato Lima. **Procedimento Operacional Padrão**. A importância de se padronizar tarefas nas BPLC. Curso de BPLC. Rio Branco/Acre, 2005.

<<http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/9465bc8047458afb9484d43fbc4c6735/Procedimento+Operacional+Padr>> Acesso 16 jun 2014

8. GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.
9. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. **Cidades**. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=110018>> Acesso em: 15 fev. 2014.
10. FISHER, Tânia. **Poderes Locais, gestão e desenvolvimento**. Salvador: Casa da Qualidade, 2002.
11. GAJ, L. **Administração Estratégica**. São Paulo: Ática, 1987.
12. JONES, Gareth R. Teoria das Organizações. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.
13. HUSTED, Bryan W.; ALLEN, David B. Toward a model of corporate social strategy formulation. Paper presented at the Social Issues in Management Division, Academy of Management Conference, August, 2001.
14. LIMA, Gilson Alves. **Notas de Aula Sustentabilidade das Organizações**, 2009.
15. LOPERENA ROTA, D. **Desarrollo sostenible y globalización**. Editorial Aranzadi, 2003.
16. MAGALHÃES, Ósia Alexandrina V. *et al.* **Definindo a Sustentabilidade no âmbito da Gestão Social: Reflexões a partir de duas Práticas Sociais**. UFRGS – 2005.
17. MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.
18. MCSHANE, Steven L. **Comportamento Organizacional**. Porto Alegre: AMGH, 2013.
19. MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 2005.
20. NASCIMENTO, Luiz Felipe; LEMOS, Ângela Denise da Cunha; MELLO, Maria Celina Abreu de. **Gestão Socioambiental Estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
21. OLIVEIRA, Djalma Pinto Rebouças. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. São Paulo: Atlas, 1988.
22. PEARSON, Education do Brasil. **Gestão Ambiental**. São Paulo: Pearson Pretice Hall, 2010.
23. PEARSON, Education do Brasil. **Gestão ambiental**. São Paulo: Pearson Pretice Hall, 2011.

24. PEREIRA, Adriane Alice. **O Tripé da Sustentabilidade**. 2007.
http://www.anprotec.org.br/ArquivosDin/gestao_pdf_55.pdf >Acesso em: 08 fev. 2014
25. RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 1999.
26. SCHOMMER, P. C. **Responsabilidade Socioambiental**. 2007. (Desenvolvimento de material didático ou instrucional – Apostila disciplina de MBA em Desenvolvimento Regional Sustentável - Ensino à distância).
27. SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Centro Sebrae de Sustentabilidade. **Gestão Sustentável nas Empresas**. Naná Prado, 2014. Disponível em: <[www.sustentabilidde.sebrae.com.br/sustentabilidade/Cartilhas/Gestão-Sustentável-nas-empresas](http://www.sustentabilidde.sebrae.com.br/sustentabilidade/Cartilhas/Gestao-Sustentavel-nas-empresas)>Acesso em: 08 fev. 2014.
28. SILVA, Christian Luiz da. Proposta de um modelo de monitoramento e avaliação do Desenvolvimento Sustentável. *In*: SILVA, Christian Luiz da (Org.). **Desenvolvimento Sustentável: um modelo analítico, integrado e adaptativo**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
29. SOUSA, Ana Carolina Cardoso. **Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável: A incorporação dos Conceitos à Estratégia empresarial**. 2006. 213 fls. Dissertação. (Mestrado em Ciências em Planejamento Energético). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2006.
30. SUVISA . **Superintendência de Vigilância Sanitária**.
 <http://www.suvisa.rn.gov.br/content/aplicacao/sesap_suvisa/arquivos/gerados/resol_173_sete_mbro_2006.pdf>acesso em: 13 jun. 2014
31. TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa**. Estratégias de Negócios focadas na realidade brasileira. 7ª Ed. São Paulo: Atlas, 2011.
32. TACHIZAWA, Takeshy. ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de. **Gestão Socioambiental**. Estratégias na nova era da Sustentabilidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
33. VALLE, Cyro Eyer do. **Qualidade Ambiental: ISO 14000**. 5ª Ed. Senac. São Paulo: 2004. Disponível em <<http://books.google.com.br/>> Acesso em: 30/01/2014.
34. YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
35. ZARPELON, Márcio Ivanor. **Gestão e responsabilidade social: NBR 16001/AS 8.000: implantação e pratica**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

